

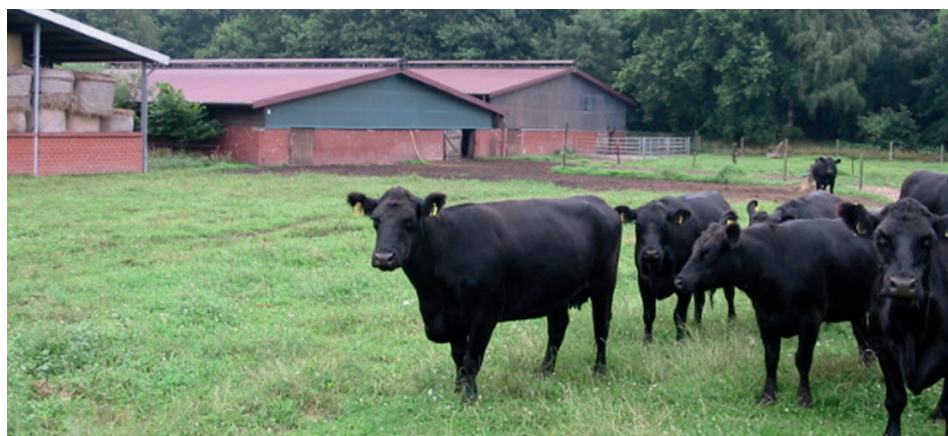
Innovationsprojekt

Cluster Ernährungswirtschaft



Klimaanpassungsstrategien für die Ernährungswirtschaft im Fleischerhandwerk am Beispiel der Bakenhus Biofleisch GmbH

Die Bakenhus Biofleisch GmbH ist ein biologischer Fleischverarbeiter und -vermarkter und bezieht ihr Fleisch vom eigenen Biohof und anderen Bio-Landwirten. Alle Produkte (Rind-, Schwein-, Lamm- und Geflügelfleisch) werden nach den strengen Richtlinien der Bio-Verbände und in handwerklicher Tradition hergestellt. So ist Bakenhus Biofleisch nach Naturland-, Bioland- und Demeter-Richtlinien zertifiziert. Im Rahmen des Forschungsprojekts **nordwest2050** wird an Klimaanpassungsmöglichkeiten im Fleischerhandwerk gearbeitet.



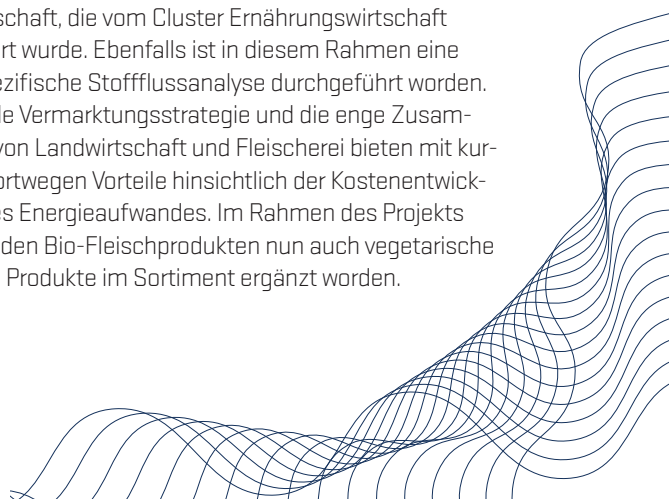
Notwendigkeit der Klimaanpassung:

Die Vulnerabilitätsanalyse von **nordwest2050** hat ergeben, dass die Wertschöpfungsketten in der Ernährungswirtschaft insgesamt gering bis mittel verwundbar sind. Diese resultieren aus einer wachsenden Gefahr von Lieferverzögerungen oder Lieferunterbrechungen u.a. auf Grund vermehrter Extremwetterereignisse. In der spezifischen Analyse zur Fleischwirtschaft ist deutlich geworden, dass insbesondere im Bereich der Vorproduktion (bspw. durch Futtermittel) und der Produktion (bspw. in der Mast) höhere Betroffenheiten vorliegen. Im Bereich der Verarbeitung sind Veränderungen in den Kühlungsprozessen zu erwarten, um Qualitätsschwankungen zu vermeiden. Der global steigende Konsum von Fleisch ist ein gravierendes Problem für die Entwicklung des Klimas, da dies zu einem Anstieg des Ressourcenverbrauchs führt.

Das Ziel der Bakenhus Biofleisch GmbH ist eine flächenschonende und damit fleischreduzierte Ernährungsweise durch ihre Klimaanpassungsmaßnahmen zu fördern.

Umgesetzte Maßnahmen

Eine erste Maßnahme war die Beteiligung und Zuarbeit an Daten und Informationen zur Vulnerabilitätsanalyse in der Fleischwirtschaft, die vom Cluster Ernährungswirtschaft durchgeführt wurde. Ebenfalls ist in diesem Rahmen eine betriebsspezifische Stoffflussanalyse durchgeführt worden. Die regionale Vermarktungsstrategie und die enge Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Fleischerei bieten mit kurzen Transportwegen Vorteile hinsichtlich der Kostenentwicklung und des Energieaufwandes. Im Rahmen des Projekts sind neben den Bio-Fleischprodukten nun auch vegetarische und vegane Produkte im Sortiment ergänzt worden.



Praxispartner: Rainer Breuer | Bakenhus Biofleisch GmbH

Bakenhuser Esch 8 | 26197 Großenkneten | Telefon (04435) 95111 | biofleisch@bakenhus.de

Wissenschaftlicher Partner: Prof. Dr. Reinhard Pfriem | Carl von Ossietzky Universität Oldenburg

Ammerländer Heerstraße 114-118 | 26129 Oldenburg | Telefon (0441) 798- 4184 | reinhard.pfriem@uni-oldenburg.de

Methodik und Umsetzungsstand

Die Durchführung und Auswertung einer Konsumentenbefragung der Bakenhus Biofleisch GmbH auf der Hanse Life 2009 zeigte zum einen, dass die Konsumenten (in allen Altersgruppen – von Jugendlichen bis Generation 60+) im Kontext des Klimawandels zunehmend ein »leichteres Sortiment« bevorzugen und zum anderen ein hohes Klimabewusstsein sowie eine hohe Bereitschaft, die Verzehrsgewohnheiten aus diesem Grund zu ändern, damit einhergehen.

Als Grundlage des neuen, »klimaangepassten« Sortimentes entwickelte die Bakenhus Biofleisch GmbH zunächst als Produktinnovation einen luftgetrockneten Schinken und einen luftgetrockneten Bauchspeck. Diese Produkte werden nach einer traditionellen, italienischen Rezeptur hergestellt. Im Zuge von Verkostungsaktionen ist deutlich geworden, dass die Konsumenten auch ganz neue Produktinnovationen des Fleischerhandwerkes befürworten, wie beispielsweise die Etablierung eines fleischlosen Zusatzsortimentes. Mit diesem Zusatzsortiment trägt die Bakenhus Biofleisch GmbH nicht nur zum Klimaschutz bei, sondern sie erreicht mit ihrer Botschaft (z.B. dem vorbeugenden Trinkwasserschutz) auch viele Konsumenten, die aufgrund Ihrer Verzehrsgewohnheiten bisher nicht zum Kundenstamm gehörten (Vegetarier, Veganer).

Erkenntnisse

Die Produktion der Bakenhus Biofleisch GmbH bleibt durch ihre Ausrichtung auf regionale Wertschöpfungsketten langfristig unabhängiger von globalen Veränderungen. Als Hemmnis hat sich unerwarteter Weise das Konsumentenverhalten herausgestellt. Anders als bei den Marktanalysen evaluiert, ist eine nachhaltige Veränderung des Konsumverhaltens durch den Klimawandel noch nicht signifikant am Absatz des klimaangepassten Sortimentes feststellbar. Dennoch konnten die entwickelten Produktinnovationen erfolgreich in den Markt eingeführt werden.

Übertragbarkeit

Um die Thematik Klimaanpassung zukünftig auch an die interessierte Öffentlichkeit zu kommunizieren, ergänzt nun sowohl ein gemeinsam erarbeitetes Lehrschild als auch ein Klimaspiel zu diesem Praxisprojekt den Lehrpfad des vorbeugenden Trinkwasserschutzes des Oldenburgisch-Ostfriesischen Wasserverbandes.



Die während der Projektlaufzeit entstanden Produkte konnten erfolgreich im Markt platziert werden. Die Sortimente werden in den kommenden Monaten weiter ausgebaut bzw., um mindestens 3 Artikel ergänzt.

nordwest2050 ist eines von insgesamt sieben im Rahmen des Programms »Klimawandel in Regionen zukunftsfähig gestalten (KLIMZUG)« des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Vorhaben und wurde 2012 als offizielles Projekt der Weltdekade »Bildung für nachhaltige Entwicklung« der Vereinten Nationen ausgezeichnet. Ziel der Anpassungsforschung ist es, Strategien und Maßnahmen zu entwickeln, durch die Regionen und Wirtschaftsbereiche für ein Leben und Wirtschaften unter den Bedingungen des Klimawandels gerüstet sind. Damit soll zum einen die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit erhöht, zum anderen die Entwicklung und Nutzung neuer Technologien und Verfahren zur Anpassung an Klimawandel vorangetrieben werden.